

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL DAN ZONE OF TOLERANCE

Shanty Kusuma Dewi

Jurusan Teknik Industri  
Universitas Muhammadiyah Malang

Kontak person:  
Shanty Kusuma Dewi  
e-mail: shanty@umm.ac.id

## Abstrak

Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen maka perlu dilakukan penelitian konsumen. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan Toko Pusat oleh XY dengan ServQual dan pemetaan Zone Of Tolerance. Dalam model Servqual, persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (perceived service) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktivitas internal perusahaan. Sedangkan ZOT (zone of tolerance) adalah daerah diantara adequate service dan desired service, yaitu daerah dimana variasi pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pusat oleh XY masih belum bisa memuaskan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari nilai gap yang negative dari skor ServQual. Dari 23 Atribut pelayanan semua bernilai negatif. Pada 23 atribut tersebut ada 13 atribut yang masih bisa ditoleransi oleh konsumen berdasarkan hasil pemetaan dari Zone of Tolerance. Sedangkan 10 atribut lainnya tidak dapat ditoleransi oleh pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, servqual, zone of tolerance

## 1. Pendahuluan

Kota Batu terkenal dengan daerah pariwisata dan untuk para wisatawan yang berkunjung disediakan oleh – oleh sebagai ciri khas kota Batu. Terdapat beberapa tempat penjualan oleh – oleh yang ada di kota batu salah satunya adalah toko pusat oleh oleh XY. Toko Pusat Oleh-Oleh XY memberikan beberapa fasilitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung misalnya WIFI, tempat duduk dan toilet. Toko Pusat oleh – oleh XY juga berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Akan tetapi, masih ada beberapa pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Pusat Oleh-oleh XY. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan mengakibatkan pelanggan tidak puas dan berimbas pada profit yang akan diterima oleh perusahaan [1]. Kualitas layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing [2].

Kualitas dapat dipengaruhi oleh cara pandang setiap orang yang bersifat subjektif. Kualitas dianggap ukuran relatif dari kebaikan suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan penilaian terhadap suatu produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Disamping perbedaan karakteristik ini, dalam penelitian kualitas pelayanan, konsumen terlibat langsung dalam proses jasa tersebut, sehingga yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakan [3]. Selama ini Toko Pusat Oleh-oleh XY belum pernah meneliti kualitas pelayanan yang telah diberikan, sehingga mereka tidak tahu dan tidak bisa mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen. Bagian yang paling rumit dalam pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen yang satu dengan konsumen yang lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan, biaya dan keuntungan) [4].

Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui

pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen maka perlu dilakukan penelitian konsumen. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan Toko Pusat oleh XY dengan ServQual dan pemetaan Zone Of Tolerance. *Service quality* (servqual) merupakan model pengukuran kualitas pelayanan dalam usaha jasa yang paling banyak digunakan. Dalam model Servqual, persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktivitas internal perusahaan [5]. Sedangkan ZOT (*zone of tolerance*) adalah daerah diantara *adequate service* dan *desired service*, yaitu daerah dimana variansi pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan [6].

## 2. Metode Penelitian

### Identifikasi *Voice of Customer*

Identifikasi atribut konsumen dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen. Pengumpulan suara konsumen dilakukan dengan cara wawancara kepada pengelola dan konsumen Pusat oleh XY. Wawancara dilakukan untuk mengetahui atribut apa saja yang diharapkan konsumen ketika menggunakan jasa Pusat oleh XY. Hasil dari wawancara ini berupa *voice of customer* yang dapat digunakan untuk penyusunan kuisisioner penelitian. *Voice of customer* yang dibuat berdasarkan konsep dimensi kualitas pelayanan [7] dimensi-dimensi dalam Servqual terdiri dari lima dimensi yaitu *Tangibles* yang meliputi penampilan fisik, peralatan, personil, material-material komunikasi, *Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan service yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan, *Responsiveness* yaitu kemampuan untuk membantu pengguna jasa dan penyediaan service yang tepat, *Assurance* merupakan Pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan mereka untuk mendapatkan kepercayaan pengguna jasa dan *Empathy* yaitu Sikap peduli, perhatian secara individu yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna jasa

### Penyusunan Kuisisioner

Kuisisioner utama merupakan kuisisioner tertutup dimana responden hanya diminta memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Penyusunan kuisisioner utama dapat dilakukan setelah mengetahui hasil dari wawancara pada proses identifikasi atribut konsumen. Skala penilaian pada kuisisioner adalah menggunakan skala *likert* 1-5. Kuisisioner utama yaitu kuisisioner *Service quality* (*Servqual*) berisi pertanyaan mengenai layanan yang diharapkan (*expected service*), persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*), serta tingkat pelayanan minimum yang dapat diterima oleh pelanggan terhadap Pusat oleh XY.

**Tabel 1.** Skala penilaian kuisisioner *Servqual*

Skala Penilaian		
Harapan Konsumen	Kinerja	Tingkat pelayanan minimum
1. Tidak Mengharapkan	1. Tidak Puas	1. Tidak Puas
2. Kurang Mengharapkan	2. Kurang Puas	2. Kurang Puas
3. Cukup Mengharapkan	3. Cukup Puas	3. Cukup Puas
4. Mengharapkan	4. Puas	4. Puas
5. Sangat Mengharapkan	5. Sangatpuas	5. Sangatpuas

Setelah kuisisioner dibuat, maka kuisisioner akan disebarkan kepada 30 responden terlebih dahulu kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Pusat oleh XY. Setelah disebarkan, kuisisioner akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Proses tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa kuisisioner yang telah dibuat dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Selain itu juga untuk mengetahui seberapa baik kuisisioner dapat dipahami oleh responden. Setelah kuisisioner dinyatakan valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan sebanyak sesuai jumlah sampel yang sudah ditentukan.

### Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah kuisisioner yang telah disebarkan valid atau tidak [8]. Kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang diajukan cukup mengungkapkan sesuatu yang akan diukur atau diteliti. Dalam uji validitas digunakan *software SPSS*. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung yang didapat dengan *r* tabel. Untuk perhitungan *degree of freedom* (*df*) = *n* - 2. Dengan *n* adalah jumlah sampel yang digunakan. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel maka data tersebut dinyatakan valid. Uji reabilitas digunakan untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuisisioner dikatakan reliabel apabila jawaban

seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian ini juga menggunakan bantuan *software SPSS*. Dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* > 0,6 [9].

### Penentuan Jumlah Sampel

#### Teknik Sampling

Menurut Sekaran [10] pengambilan sampling adalah proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi yang ada. sehingga penelitian terhadap sampel atau pemahaman tentang sifat atau karakteristik akan membuat kita dapat memahami sifat atau karakteristik populasi yang ada. Pada penelitian ini tipe pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yang maksudnya adalah besarnya peluang elemen untuk dipilih sebagai subjek penelitian tidak diketahui, sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quota sampling* dimana pengambilan sampel akan dilakukan dengan jumlah yang telah ditentukan dan dengan ciri-ciri tertentu. Sampel yang dipilih adalah responden yang pernah memakai jasa Pusat oleh oleh XY.

#### Ukuran Sampel

Penentuan ukuran sampel pada penyebaran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan persamaan Bernoulli (distribusi normal) yang diketahui dengan rumus sebagai berikut [11]:

$$N = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p}{e^2} \quad (1)$$

Setelah diketahui jumlah sampel, maka kuisioner akan dilanjutkan disebarkan minimal sampel yang ditentukan responden, dengan ketentuan responden adalah orang menggunakan atau orang yang pernah menggunakan jasa Pusat oleh oleh XY. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner.

#### Perhitungan Nilai Gap *Service Quality* (*Servqual*)

Model *Servqual* didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja layanan pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal atau sempurna untuk masing-masing atribut layanan. Bila kinerja suatu dengan atau melebihi standar, maka persepsi terhadap kualitas pelayanan keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Dengan kata lain, model *Servqual* ini menganalisis gap antara dua variabel pokok, yakni layanan yang diharapkan (*expected service*) dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*). Perhitungan nilai *Servqual* adalah mencari gap antara skor penilaian persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima dan skor harapan konsumen. Dari perhitungan tersebut akan dapat diketahui gap dari masing – masing atribut yang diteliti. Gap dari atribut pelayanan yang bernilai nol (0) atau positif (+) berarti menunjukan kualitas pelayanan Pusat oleh oleh XY dapat dikatakan baik. Sebaliknya jika skor gap yang diperoleh adalah negatif (-) maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Pusat oleh oleh XY adalah tidak memuaskan. Skor *Servqual* dapat dihitung dengan rumus berikut [7] :

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi} \quad (2)$$

Dimana Skor *Servqual* merupakan kualitas pelayanan, skor persepsi merupakan persepsi akan layanan yang diterima, skor ekspektasi merupakan harapan akan layanan yang diterima. Instrumen *Servqual* bermanfaat dalam melakukan analisa gap. Karena biasanya layanan atau jasa bersifat *intangible*, kesenjangan komunikasi dan pemahaman antara karyawan dan pelanggan berdampak serius terhadap persepsi atas kualitas layanan [5].

#### Perhitungan dan Penentuan Kategori ZOT

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Pasuraman[7] mengemukakan ada dua tingkatan harapan pelanggan pada jasa sebagai berikut :

- Adequate service level* (layanan minimum), yaitu tingkat pelayanan minimum yang dinilai pelanggan masih bisa diterima
- Desired service level* (layanan harapan), yaitu tingkat pelayanan yang diharapkan dapat diterima oleh pelanggan atau gabungan dari keinginan dan harapan pelanggan.

*Zone of Tolerance* adalah daerah diantara *adequate service* dan *desired service*, yaitu daerah dimana variansi pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima pelanggan dibawah *adequate service*, pelanggan akan kecewa. Sedangkan apabila pelayanan yang

diterima pelanggan melebihi *desired service*, maka pelanggan akan merasa puas[6]. Tahap – tahap yang digunakan dalam perhitungan *Zone of Tolerance* antara lain:

$$J \text{ Hitung } Measure \text{ of } Service \text{ Adequacy (MSA)} \quad (3)$$

$$MSA = \text{pelayanan sekarang} - \text{pelayanan minimum}$$

$$J \text{ Hitung } Measure \text{ of } Service \text{ Superiority (MSS)} \quad (4)$$

$$MSS = \text{pelayanan sekarang} - \text{pelayanan harapan}$$

$$J \text{ Hitung posisi pelayanan sekarang pada } Zone \text{ of } Tolerance$$

$$\text{Posisi pelayanan sekarang pada } Zone \text{ of } Tolerance = \frac{M}{(P \quad na \quad -P \quad m)} \quad (5)$$

Hasil dari perhitungan diatas dapat diartikan sebagai berikut [11] :

- J Jika nilai MSS positif, artinya pelayanan sekarang berada di atas ZOT. Dengan kata lain pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan saat ini.
- J Jika nilai MSA negatif, artinya pelayanan sekarang berada di bawah ZOT. Dengan kata lain pelanggan sangat tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan saat ini.
- J Jika nilai MSA positif dan MSS negatif, artinya pelayanan sekarang berada di dalam ZOT. Dengan kata lain pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan saat ini namun mereka masih dapat menerimanya.

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 3.1. Identifikasi Atribut *Voice of Customer*

Identifikasi atribut konsumen dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih satu fasilitas pelayanan. Pengumpulan suara konsumen dilakukan dengan cara wawancara kepada konsumen Pusat oleh XY. Hasil dari wawancara ini berupa *voice of customer* yang dapat digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian. Ada 23 atribut *voice of customer* yang menjadi variabel dalam kuesioner penelitian. Atribut yang menjadi kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Kuesioner Penelitian

No	Atribut <i>voice of customer</i> Pusat Oleh - Oleh XY
Dimensi Keandalan ( <i>Reliability</i> )	
1	Keahlian karyawan dalam proses pelayanan.
2	Menyediakan informasi tentang produk yang dijual
3	Menyediakan beberapa varian produk yang menjadi ciri khas kota Batu.
4	Kemudahan sistem pembayaran (tunai, debit, kredit card)
Dimensi Berwujud ( <i>Tangible</i> )	
5	Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko
6	Penataan produk rapi dan mudah dijangkau oleh pelanggan
7	Penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan
8	Ketersediaan fasilitas penunjang misalnya WIFI, tempat duduk dan toilet
9	Tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan
10	Area parkir yang aman dan memadai
Dimensi Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	
11	Kemampuan kasir dan pramuniaga dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap
12	Pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan
13	Pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien
14	Kesigapan dalam melayani kebutuhan pelanggan
Dimensi Jaminan ( <i>Assurance</i> )	
15	Keamanan dalam sistem pembayaran.
16	Penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual.

17	Kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan.
18	Pelayanan yang sopan, ramah, dan selalu siap menolong
19	Produk yang dijual sudah memiliki ijin edar dan aman dikonsumsi
Dimensi Empati ( <i>Emphaty</i> )	
20	Memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan
21	Memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan
22	Terdapat kotak kritik dan saran untuk keluhan pelanggan
23	Intonasi, volume suara, dalam melayani pelanggan yang sopan dan ramah

### 3.2. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Dalam melakukan uji validitas dari jawaban responden dengan menggunakan Software SPSS 21, dan didapatkan hasil seperti pada tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validasi

Validasi tingkat kinerja		Validasi tingkat harapan		Hasil	
No Item	Nilai Korelasi	No Item	Nilai Korelasi	r kritis ( 5 %)	Keterangan
X 1	0.471	X 1	0.549	0,367	Valid
X 2	0.455	X 2	0.549	0,367	Valid
X 3	0.446	X 3	0.816	0,367	Valid
X 4	0.436	X 4	0.816	0,367	Valid
X 5	0.506	X 5	0.450	0,367	Valid
X 6	0.498	X 6	0.748	0,367	Valid
X 7	0.395	X 7	0.491	0,367	Valid
X 8	0.474	X 8	0.816	0,367	Valid
X 9	0.393	X 9	0.549	0,367	Valid
X 10	0.370	X 10	0.816	0,367	Valid
X 11	0.512	X 11	0.450	0,367	Valid
X 12	0.439	X 12	0.816	0,367	Valid
X 13	0.441	X 13	0.549	0,367	Valid
X 14	0.388	X 14	0.685	0,367	Valid
X 15	0.401	X 15	0.816	0,367	Valid
X 16	0.477	X 16	0.450	0,367	Valid
X 17	0.454	X 17	0.610	0,367	Valid
X 18	0.484	X 18	0.465	0,367	Valid
X 19	0.379	X 19	0.446	0,367	Valid
X 20	0.383	X 20	0.406	0,367	Valid
X 21	0.397	X 21	0.496	0,367	Valid
X 22	0.512	X 22	0.498	0,367	Valid
X 23	0.498	X 23	0.670	0,367	Valid

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel penilaian kinerja dan tingkat kepentingan semua item valid karena nilai r korelasinya lebih besar dari 0,06. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat dalam tabel 4.

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

No Item	Nilai Korelasi	R Kritis	Ket
Tingkat kinerja	0,815	0,06	Valid
Tingkat harapan	0,867	0,06	Valid



Dari hasil uji validitas dan reabilitas dapat disimpulkan bahwa kuesioner valid dan reliabel. Berdasarkan output SPSS diatas, diketahui bahwa nilai Alpha 0.6 yaitu sebesar 0.867 artinya semua atribut pertanyaan sudah reliable atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

### 3.3 Perhitungan *ServQual*

Perhitungan rata – rata skor tingkat harapan dan tingkat kinerja dari setiap dimensi kualitas dilakukan untuk menghitung skor gap *ServQual*. Rata – rata nilai tingkat harapan dan tingkat kinerja setiap dimensi kualitas dapat dihitung dengan mengalikan jawaban responden dengan skala *Likert*. Dari hasil skor tiap atribut kemudian di hitung nilai gap nya berdasarkan rumus pada persamaan 2. Hasil perhitungan skor *ServQual* dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil Perhitungan Skor *ServQual*

No	Atribut	Tingkat Harapan	Tingkat Kinerja	GAP
1	Keahlian karyawan dalam proses pelayanan.	4,58	2,78	-1,80
2	Menyediakan informasi tentang produk yang dijual	4,23	2,28	-1,95
3	Menyediakan beberapa varian produk yang menjadi ciri khas kota Batu.	4,65	3,46	-1,19
4	Kemudahan sistem pembayaran (tunai, debit, kredit card)	4,59	2,88	-1,71
5	Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko	4,74	1,96	-2,78
6	Penataan produk rapi dan mudah dijangkau oleh pelanggan	4,79	2,05	-2,74
7	Penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan	4,27	3,6	-0,67
8	Ketersediaan fasilitas penunjang misalnya WIFI, tempat duduk dan toilet	3,64	2,37	-1,27
9	Tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan	3,66	2,68	-0,98
10	Area parker yang aman dan memadai	3,68	2,59	-1,09
11	Kemampuan kasir dan pramuniaga dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	3,71	2,38	-1,33
12	Pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan	4,64	3,4	-1,24
13	Pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien	3,63	2,76	-0,87
14	Kesigapan dalam melayani kebutuhan pelanggan	4,64	2,36	-2,28
15	Keamanan dalam sistem pembayaran.	4,92	3,8	-1,12
16	Penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual.	3,78	2,97	-0,81
17	Kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan.	4,78	4,69	-0,09
18	Pelayanan yang sopan, ramah, dan selalu siap menolong	3,82	2,43	-1,39
19	Produk yang dijual sudah memiliki ijin edar dan aman dikonsumsi	4,65	3,22	-1,43
20	Memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan	4,1	2,96	-1,14
21	Memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan	4,56	2,53	-2,03
22	Terdapat kotak kritik dan saran untuk keluhan pelanggan	4,27	2,69	-1,58
23	Intonasi, volume suara,dalam melayani pelanggan yang sopan dan ramah	3,93	2,78	-1,15

Dari hasil perhitungan skor gap SevQual didapatkan hasil bahwa ke 23 atribut pelayanan masih bernilai negative yang artinya masih belum memuaskan konsumen.

### 3.4. Pemetaan *Zone of Tolerance* untuk Tiap Atribut

Pada tahap ini data yang diperlukan adalah rata-rata skor tingkat pelayanan harapan, tingkat pelayanan yang dirasakan dan tingkat pelayanan minimum setiap atribut, yang digunakan untuk menghitung nilai MSA (*Measure of Service Adequacy*), MSS (*Measure of Service Superiority*) dan ZOT (*Zone of Tolerance*) dan digunakan untuk mengukur tingkat pelayanan yang diberikan pada konsumen. Perhitungan nilai MSA, MSS dan ZOT berdasarkan rumus pada persamaan 3,4 dan 5. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 5.

Berdasarkan perhitungan pada **tabel 5** menunjukkan bahwa semua atribut belum memuaskan konsumen karena nilai MSS negatif. Akan tetapi ada beberapa atribut yang berada di dalam *Zone of Tolerance* yang berarti bahwa dimensi kualitas yang diberikan oleh Pusat Oleh –oleh XY masih bisa diterima, namun tidak menunjukkan tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan karena nilai ZOT masih dibawah nilai MSA. Selain itu ada beberapa atribut yang berada dalam ZOT karena nilai MSA dan MSS bernilai negative yang artinya pelanggan tidak bisa mentoleransi terhadap atribut tersebut dan harus dilakukan perbaikan.

Atribut yang masuk dalam kategori ZOT antara lain keahlian karyawan dalam proses pelayanan, penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan, tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan, area parkir yang aman dan memadai, pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien, penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual, kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan, memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan, memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan, terdapat kotak kritik dan saran untuk keluhan pelanggan dan intonasi, volume suara, dalam melayani pelanggan yang sopan dan ramah, keamanan dalam sistem pembayaran. Sedangkan atribut lainnya tidak masuk dalam kategori ZOT.

Atribut yang tidak masuk dalam *Zone of Tolerance* harus segera dilakukan perbaikan. Atribut yang tidak masuk dalam ZOT antara lain : menyediakan informasi tentang produk yang dijual, menyediakan beberapa varian produk yang menjadi ciri khas kota batu, kemudahan sistem pembayaran (tunai, debit, kredit card), kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko, penataan produk rapi dan mudah dijangkau oleh pelanggan, produk yang dijual sudah memiliki ijin edar dan aman dikonsumsi, kemampuan kasir dan pramuniaga dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap, pelayanan yang sopan, ramah, dan selalu siap menolong, Ketersediaan fasilitas penunjang misalnya WIFI, tempat duduk dan toilet, Kesigapan dalam melayani kebutuhan pelanggan.

**Tabel 6.** Pemetaan ZOT Untuk Tiap Atribut

Atribut	Tingkat Pelayanan Harapan	Tingkat Pelayanan yang dirasakan	Tingkat Pelayanan Minimum	MSA	MSS	ZOT
Keahlian karyawan dalam proses pelayanan.	4,58	2,78	2,52	0,26	-1,8	0,13
Menyediakan informasi tentang produk yang dijual	4,23	2,28	2,45	-0,17	-1,95	-0,10
Menyediakan beberapa varian produk yang menjadi ciri khas kota Batu.	4,65	3,46	3,59	-0,13	-1,19	-0,12
Kemudahan sistem pembayaran (tunai, debit, kredit card)	4,59	2,88	3,47	-0,59	-1,71	-0,53
Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan toko	4,74	1,96	3,33	-1,37	-2,78	-0,97
Penataan produk rapi dan mudah dijangkau oleh pelanggan	4,79	2,05	2,26	-0,21	-2,74	-0,08
Penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan	4,27	3,6	2,66	0,94	-0,67	0,58

Ketersediaan fasilitas penunjang misalnya WIFI, tempat duduk dan toilet	3,64	2,37	2,45	-0,08	-1,27	-0,07
Tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan	3,66	2,68	2,37	0,31	-0,98	0,24
Area parkir yang aman dan memadai	3,68	2,59	2,48	0,11	-1,09	0,09
Kemampuan kasir dan pramuniaga dalam menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	3,71	2,38	2,44	-0,06	-1,33	-0,05
Pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan	4,64	3,4	2,39	1,01	-1,24	0,45
Pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien	3,63	2,76	2,39	0,37	-0,87	0,30
Kesigapan dalam melayani kebutuhan pelanggan	4,64	2,36	2,43	-0,07	-2,28	-0,03
Keamanan dalam sistem pembayaran.	4,92	3,8	3,55	0,25	-1,12	0,18
Penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual.	3,78	2,97	2,68	0,29	-0,81	0,26
Kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan.	4,78	4,69	4,35	0,34	-0,09	0,79
Pelayanan yang sopan, ramah, dan selalu siap menolong	3,82	2,43	2,5	-0,07	-1,39	-0,05
Produk yang dijual sudah memiliki ijin edar dan aman dikonsumsi	4,65	3,22	3,67	-0,45	-1,43	-0,46
Memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan	4,1	2,96	2,64	0,32	-1,14	0,22
Memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan	4,56	2,53	2,34	0,19	-2,03	0,09
Terdapat kotak kritik dan saran untuk keluhan pelanggan	4,27	2,69	2,4	0,29	-1,58	0,16
Intonasi, volume suara,dalam melayani pelanggan yang sopan dan ramah	3,93	2,78	2,46	0,32	-1,15	0,22

#### 4. Kesimpulan

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pusat oleh oleh XY masih belum bisa memuaskan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari nilai gap yang negative dari skor ServQual. Dari 23 Atribut pelayanan semua bernilai negatif. Pada 23 atribut tersebut ada 13 atribut yang masih bisa ditoleransi oleh konsumen berdasarkan hasil pemetaan *dari Zone of Tolerance*. Atribut yang masuk dalam ZOT antara lain keahlian karyawan dalam proses pelayanan, penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan, tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan, area parkir yang aman dan memadai, pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien, penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual, kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan, memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan, memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan, terdapat kotak kritik dan



saran untuk keluhan pelanggan dan intonasi, volume suara, dalam melayani pelanggan yang sopan dan ramah. Sedangkan 13 atribut lainnya harus segera dilakukan perbaikan karena berskor negative dan tidak bisa ditoleransi oleh konsumen.

## 5. Daftar Notasi

- N = jumlah sampel minimum
- = tingkat keyakinan (95%)
- $Z_{(\alpha/2)}$  = nilai distribusi normal (1,96)
- e = tingkat kesalahan (5%)
- p = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar
- q = proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

## Referensi

- [1] F. Tjiptono, . *Manajemen Jasa* (Pertama). Andi Yogyakarta. 1996
- [2] F. Tjiptono, & G., Chandra . *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012
- [3] F. Jasfar, . *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. (R. Sikumbang, Ed.). Ghalia Indonesia. 2005
- [4] C. H. Lovelock, & L. K. Wright, . *Manajemen pemasaran jasa. Alih Bahasa. Jakarta: Indeks*, 2005
- [5] L. L. Berry, , & A. Parasuraman. Listening to the customer--the concept of a service-quality information system. *MIT Sloan Management Review*, 38(3), 65. '1997
- [6] Y. Iriani, , & S Izwanto.. Improving Service Quality Strategy Consultant Architects Using Zone Of Tolerance ( ZOT ) Method. *International Journal of Basic and Applied Science*, 3(1), 39–46, 1991
- [7] A. Parasuraman, , V.A. Zeithaml, , L. L. Berry. Balancing Customer Perceptions and Expectations. *The Free Press*, 1990.
- [8] Arikunto.. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta, 2010
- [9] I. Ghazali, . *Aplikasi Analisis Statistik Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013
- [10] U. Sekaran, (2011). *Research Methods for business*, Jakarta : Salemba Empat.
- [11] Kusumawati, H., & Wawolumaja, R. Peningkatan Kualitas Layanan Perbaikan Peralatan Dengan Menggunakan Metode Zone Of Tolerance. *Jurnal Ilmiah Universitas Kristen Maranatha*, 3(1), 29–36. 2007